

**BUNE PRACTICI**

**ACCESAREA FONDURILOR PHARE PRIN PROIECTUL
„INVESTIȚII ÎN TURISM”
(Getting Phare Funds through the Project „Investments in Tourism”)**

Ec. Petre Partal

casacutei@artelecom.net

Rezumat

Societatea Comercială VACANȚA TUR S.R.L Buzău a dovedit, în cei 13 ani de la debutul ei în activitatea turistică buzoiană, un bun management și experiență în implementarea proiectelor, derulând până astăzi deja două proiecte: „Construirea unui complex turistic” în Stațiunea Sărata Monteoru, comuna Merei, finalizat sub denumirea ***Casa cu tei***, și „Dezvoltarea capacității de cazare pentru Pensiunea Casa cu tei”. Ambele proiecte au fost realizate în co-finanțare prin proiecte Phare, RICOP și prin contribuție proprie.

În urma finalizării acestora, capacitatea Pensiunii turistice ***Casa cu tei*** este astăzi de 21 camere duble, spațiu de cazare, dotate cu toate utilitățile și mobilierul necesar, un restaurant cu 200 de locuri, un bar cu 50 de locuri, o sală de fitness, saună și, în lucru, o piscină.

În prezent se lucrează la un al treilea proiect pentru accesarea în continuare a fondurilor Phare, printr-un subprogram denumit ***„Investiții în turism”***, al cărui scop este dezvoltarea stațiunilor turistice din România.

Calitatea managementului (locul I în Top, acordat de Camera de Comerț, Industrie și Agricultură Buzău, în 2003), precum și experiența câpătată în realizarea proiectelor anterioare, cu cofinanțare Phare, sunt argumente care vin în susținerea convingerii că S.C. VACANȚA TUR, are capacitatea de a implementa și proiectul „Investiții în turism”.

Abstract

The commercial company „Vacanta Tur SRL” Buzau, during the 13 years of tourism activity, proves a good management and experience in implementing projects, having developed till today two projects „Building a tourist’s centre” in the spa Sarata Monteoru, Merei, named ***Casa cu Tei***” and „Developing the accommodation possibilities at the guesthouse Casa cu Tei”. Both projects have been realized through Phare Investments and personal financial contribution.

As a result, the guesthouse „Casa cu Tei” has 16 rooms, totalz furnished and with modern facilities, a restaurant for 100 persons, a bar with 50 seats, a fitness hall, sauna and swimming pool.

Presently, we are working at a third project to get Phare funds. This new one aims at developing the touristic resorts in romania. It is called „Investments in tourism”.

The management quality (1st place in 2003, on the Top of the Chamber for Commerce, Industry and Agriculture - Buzau) but also the experience got by realizing the previous projects, co-financed through Phare, are reasons to support the conviction that „Vacanta Tur SRL” has the capacity to implement the project „Investments in tourism”, too.

1. Scopul proiectului

Scopul proiectului este de a iniția și dezvolta mai multe categorii de servicii complementare activității de turism, care ne-au fost solicitate în decursul timpului și care vin în întâmpinarea cererii clientului. Astfel, dorim să oferim:

- **Servicii de tratament balnear și întreținere**, prin amenajarea unei *baze de tratamente neconvenționale și întreținere* (fitness, solar, masaj, spa – cadă cu hidromasaj).

- **Servicii de închiriere**, sală de conferințe. Pentru aceasta este necesară dotarea acesteia cu echipamente specifice.

- **Servicii de agrement**: servicii de Internet, Tv on demand (imagini televizate, din toata lumea, la cerere) care se pot realiza prin achiziția unui *sistem home cinema* și a unui *sistem de recepție prin satelit*.

- **Servicii de spălătorie**, pentru lenjeria personalului și a turiștilor.

- **Completarea dotărilor la bucătărie** cu o mașină de spălat vase, cafetiere, chafing dish-uri (dispozitiv de menținere la cald a alimentelor).

- **Pentru economisirea combustibililor convenționali** (gaze naturale) și pentru protecția mediului ne propunem achiziționarea unui *sistem solar de încălzire a apei menajere*.

2. Justificarea proiectului

Justificarea investiției noastre are la bază câteva motive: **faima** stațiunii, **comorile** stațiunii, și un excelent **punct de plecare în excursii**.

Faima stațiunii

Primul motiv care ne-a determinat să construim un complex turistic în acest loc, și să procedăm apoi la diversificarea și creșterea calității serviciilor oferite turiștilor, îl constituie **faima pe care a cunoscut-o stațiunea Monteoru în**

trecut, și faptul că ea are un vad comercial deja creat.

Stațiunea balneoclimaterică Monteoru a fost inaugurată la 1 iulie 1895. Cunosând valoarea terapeutică a izvoarelor din zonă, cât și rezultatele analizelor făcute de chimiștii Alfons Oscar Saligni (între 1888-1899), și Constantin Istrate (în 1895), Grigore Monteoru demarează ridicarea primelor construcții la Sărata Monteoru. Cu ajutorul arhitectului german Eduard Honzick, și sfătuit de dr. Guyenot, medic la Aix les Bains, **începe între 1892-1893 ridicarea unui hotel cu 50 de camere, a unui restaurant și a unor instalații de tratament**. La scurt timp după inaugurarea oficială, stațiunea a devenit una dintre cele mai apreciate din țară și din Europa. În 1898, la Sărata Monteoru, Grigore Monteoru ridică un al doilea hotel, care avea 100 de camere, iar doi ani mai târziu - un cazino modern. În aceeași perioadă sunt construite și bazine pentru tratament.

Comorile Stațiunii

a) Apele sărate pentru băi sunt principala resursă de vindecare a stațiunii, deoarece au efecte miraculoase în vindecarea unor boli, precum:

- reumatismul;
- afecțiunile tiroidiene;
- boala Basedow;
- afecțiunile ginecologice;
- inflamații și infecții oculare;
- împiedicarea degenerării țesuturilor oculare etc.

b) Apa minerală pentru cură internă, „pentru stomac”, de la „Izvorul 6”:

- stimulează digestia;
- împiedică balonarea;
- ameliorează sau vindecă gastrita hipoacidă;
- vindecă forme de dispepsie și dischinezie biliară etc.

c) Nămolul terapeutic pentru:

- reumatism;
- dureri musculare;
- sinuzită

d)Climatul, caracterizat printr-o calitate excepțională a aerului, având efecte sedative și ameliorative pentru:

- persoanele obosite, stresate;
- cardiaccii cronici, cu ischemie;
- hipertensivi;
- cei cu insomnie;
- suferinzii de nevroză sau anxietate etc.

• Punct de plecare în excursii la:

- „Mina de petrol”, exploatare în funcțiune, unică în Europa;
- Rezervația naturală „Vulcanii noroioși”, unici pe continentul nostru (30 km) unde crește celebra plantă „Gărdurarița” (Nitraria Schoberi) și unde viețuiesc și două specii rare de insecte – scorpionul și termita;
- Muzeul Chihlimbarului de la Sibiciu – Colți, numit și „rumanit”(50 km), unde se poate admira cea mai mare piesă de chihlimbar din lume, de circa 4 kg;
- Mănăstirea „Ciolanu” și Tabăra de Sculptură Măgura, din poienile Tisăului (30 km)

3. Grupurile țintă

Având în vedere faptul că renumele stațiunii este dat de posibilitatea de a se face tratamente balneare și de întreținere, de faptul că în stațiune funcționează deja două baze de tratament, de faptul că vadul comercial este creat, considerăm că grupurile țintă cărora ne adresăm sunt:

- pensionarii care primesc bilete de odihnă subvenționate de stat;
- pensionarii cu resurse proprii, care doresc tratamente balneare și de întreținere;
- pensionarii cărora copiii lor le asigură trimiterea în stațiune pentru

tratament, în vilegiatură sau pensiune cu nepoții;

- oamenii de afaceri care au înțelepciunea de a mai avea grijă și de sănătatea proprie și a familiei;

- persoanele tinere și de vârstă a doua care doresc să aibă „un corp frumos și o minte sănătoasă”.

Motivele alegerii acestor grupuri țintă:

- tradiția și specificul stațiunii;
- politica socială a statului român, aceea de a subvenționa anual un număr de bilete de tratament (cam 450.000 de bilete pe an);
- potențialul uman care ne poate deveni client, dacă avem în vedere faptul că poporul român a ieșit din comunism destul de „alterat”, tarat biologic;
- tendința existentă pe plan mondial de dezvoltare a turismului balnear și de întreținere, încasările din turismul balnear mondial reprezentând 80% din totalul încasărilor mondiale din turism.

4. Strategia și poziționarea serviciilor

Avantajele competitive ale serviciilor oferite de Pensiunea **Casa cu Tei** sunt următoarele:

- posibilitatea de a oferi **pachete de servicii**: cazare, masă, sală de



conferințe, sală de fitness, saună și, în viitor, servicii de tratament și de întreținere;

- prețuri promoționale atât la cazare cât și la masă, mai mici decât ale concurenței, ca urmare a unui mai bun management;

- servicii prompte și de o mai bună calitate, ca urmare a faptului că conducerea societății se implică zilnic și în mod direct în activitatea pensiunii, supraveghind și executând operațiunile care se fac la cazare și la restaurant;

- prin atragerea de turiști străini se poate spune că facem și export de servicii, statul român încasând cu această ocazie valută forte.

Serviciile oferite de Pensiunea **Casa cu Tei** sunt vândute atât în mod direct cât și prin intermediul propriei noastre agenții de turism, cu care de altfel am început activitatea la înființarea societății.

Avem construit un web-site sub numele www.casacutei.ro și adresa de email: casacutei@artelecom.net. De asemenea, serviciile sunt promovate și prin distribuirea de pliante cu ocazia participării la târgurile de turism ce se organizează pe plan național și internațional.

Principalele activități de promovare a vânzărilor

Serviciile oferite de Pensiunea **Casa cu Tei** sunt prezentate și pe posturile locale de televiziune și la posturile locale de radio.

Considerăm însă că cea mai bună reclamă ți-o face clientul care pleacă mulțumit, aspect pe care punem mult preț în conceperea, coordonarea și desfășurarea activității noastre. De la deschiderea pensiunii și până în prezent, am avut circa 2000 de clienți la restaurant (nunți, petreceri, aniversări), clienți care s-au adus unul pe celalalt și care ne-au apreciat calitatea serviciilor. De asemenea, la cazare, clienții au fost foarte mulțumiți de calitatea curățeniei din camere, a lenjeriei, a utilităților (apă caldă

și rece permanent, căldură suficientă pe timpul iernii).

Promptitudinea, în rezolvarea unor mici solicitări ale clienților, este de natură să atragă acești clienți și pentru alt sejur și, de asemenea, să mai vină și cu prietenii lor.

Folosim și alte elemente privind strategia de marketing, precum:

- promovarea unor produse culinare cu specific local – babic, cârnații de Pleșcoi, covrigii și țuica de Buzău, ceapa de Buzău cu brânză, plăcinta cu brânză și stafide, făcută chiar de patroană – care atrag mereu noi clienți și îi mențin pe cei deja câștigați.

- oferirea permanentă clienților a unei atenții din partea casei: o băutură, fursecuri, alune, prăjituri etc., este un gest de natură să „înmoaie” o eventuală rigiditate a clientului.

Prezentarea către oaspeți a unor locuri turistice locale, care sunt unicate în Europa, și anume: *Vulcanii noroioși, Mina de petrol, Muzeul chihlimbarului de la Colți etc.*

5. Rezultate așteptate

Aceste rezultate sunt concretizate atât în efecte directe cât și în efecte multiplicatoare.

5.1 Efecte directe

a) Contribuția beneficiarului

Beneficiarul, SC VACANTA TUR SRL, își asumă răspunderea de a participa cu o contribuție proprie de 1.175.000.000 lei din 2.350.000.000 lei, ceea ce reprezintă 50 % din costul total al proiectului.

b) Numărul și calitatea locurilor de muncă nou create.

Intenționăm să angajăm o persoană calificată pentru baza de tratament și fitness. avem în vedere și perspectiva

înființării unui centru de tratamente neconvenționale, aspect care impune calificarea sau angajarea unor persoane pregătite pentru meseria de maseur, preparator fizic, tehnici de fitness, băi termale, saună, asistent sală de conferințe, spălătorese profesionale.

În aceste condiții, ar rezulta, aproximativ 7 locuri de muncă create, cu un cost mediu pe loc de muncă nou de 336 mil lei (2.350.000.000 lei: 7 locuri de muncă create = 336 mil lei/loc de muncă creat). Acest fapt implică, fie calificarea personalului necalificat existent în firmă, fie angajarea de personal calificat.

c) Rezultate fizice ale proiectului:

- **număr de turiști** care vor beneficia de servicii:

Sala conferințe: 40 firme x 40 pers / firmă = 1600 persoane

Sala fitness:

- Cantonamente sportivi: 20 echipe x 16 pers/echipă = 320 persoane

- Turiști: 365 zile x 42 locuri = 15330 zile turist x 30%grad de ocupare = 4599 turiști x 10% utilizatori ai sălii de fitness = 460 turiști

Total : 1600 + 320 + 460 = 2380 persoane

- **numărul de pachete turistice realizate:**

Pachete de servicii pentru Sala de conferințe:

- închirierea simplă a Sălii de conferințe - 200.000 lei de persoană, care include o cafea și o apă minerală de 0,5 l.

- închiriere pentru un grup de 40 persoane: cazare; masă festivă românească plus mic dejun a doua zi; sala. Tariful pentru acest pachet beneficiază de un discount de 50% din tariful perceput separat pentru fiecare serviciu.

Pachete de servicii pentru Sala de fitness:

Pentru cantonamente vom oferi pachet de servicii pentru o săptămână, care include: cazare; pensiune completă;

saună de două ori; fitness zilnic. Tariful pentru un asemenea pachet este de 650.000 lei de persoană și reprezintă 50% din tariful perceput în mod separat pentru fiecare serviciu.

Fitness: 80.000 lei/pers/zi (intrare pe timp nelimitat pentru clienții hotelului).

Servicii Saună: 50.000 lei/pers/ora.

Pentru sejururi mai mari de 2 nopți, se acordă reducere de 30% pentru saună și fitness.

Abonament fără limită de timp și ședințe la Sala de Fitness: 500.000 lei / lună.

Pachetele turistice vor fi promovate pe site-ul nostru www.casacutei.ro, pe benere, pliante, clipuri la radio și televiziune, scrisori către clienții fideli și către agențiile de turism din județele apropiate.

d) Rezultate financiare:

Sala de conferințe:

- închiriere sală: 40 firme x 40 pers/firmă x 200.000 lei/pers = 320 mil lei

- pachet servicii sala: 20 firme x 20 pers/firmă x 1 mil lei/pers = 400 mil lei

Sala fitness:

- cantonamente sportivi: 20 echipe x 16 pers/echipă x 700.000 lei/pers = 224 mil lei

- turiști: 365 zile x 42 locuri x 30%grad ocupare x 10%utilizatori x 80.000 lei = 36,8 mil lei

Sauna: 460 pers x 5 ore/pers x 50.000 lei/pers = 115 mil lei

Total : 320 + 400 + 224 + 36,8 + 115 = 1.095.800.000 lei

4.2 Efecte multiplicatoare

a)Efecte multiplicatoare la furnizorii de echipamente:

-investiția în sine va genera o creștere a cifrei de afaceri la firmele furnizoare de echipamente;

- creșterea cifrei de afaceri a furnizorilor de echipamente va genera creșterea profitului acestor firme și creșterea numărului orelor de muncă, aspect ce are implicații în nivelul salariilor lucrătorilor;

- creșterea profitului firmelor furnizoare și a salariilor lucrătorilor va da posibilitatea statului să obțină mai multe impozite pe profit și pe salarii;

- creșterea profiturilor firmelor furnizoare dă acestora posibilitatea de a face noi investiții și de aici noi efecte multiplicatoare;

- creșterea salariilor lucrătorilor va genera o creștere a consumului de bunuri de larg consum și a bunurilor de folosință îndelungată (excursii, concedii, tratamente balneo etc.) dar și a economiilor care se vor depune la bănci, fonduri mutuale, sume ce se vor folosi în continuare pentru creditarea economiei și a guvernului.

b) Efecte multiplicatoare la investitor (la S.C. Vacanța Tur)

- efectuarea investiției propusă prin proiect conduce la dezvoltarea gamei serviciilor oferite turiștilor, cu implicații directe în:

- creșterea numărului turiștilor potențiali;

- lărgirea gamei turiștilor potențiali, amatori de noi servicii;

- creșterea calității serviciilor oferite clienților

- cele trei efecte de mai sus vor conduce la creșterea cifrei noastre de afaceri cu implicații directe în creșterea profitului, și deci a impozitului pe profit încasat de stat, la creșterea veniturilor salariaților, și deci a impozitului pe

veniturile salariaților încasat de la stat, dar și la crearea unei noi posibilități de a investi, cu noi efecte multiplicatoare.

c) Efecte multiplicatoare la celelalte firme din stațiune

- turiștii care se cazează la **Casa cu Tei** vor merge și la celelalte pensiuni din stațiune și vor face consumație, sporindu-le și lor cifra de afaceri.

- chioșcurile care vând răcoritoare și alte produse alimentare, vor beneficia și ele de pe urma creșterii numărului de turiști, prin faptul că vor vinde mai mult.

d) Efecte multiplicatoare la gospodăriile țărănești din zonă

- turiștii noștri vor face cumpărături și de la gospodăriile țărănești din stațiune (lapte, brânză, ouă, păsări sau produse manufacturate – mileuri, obiecte artizanale etc.), contribuind în acest fel la creșterea veniturilor acestora și dându-le astfel posibilitatea să acumuleze resurse pentru a-și îmbunătăți confortul casei (alimentarea casei cu apă curentă, gaze, construirea de băi și desființarea wc-urilor din spatele curții) sau pentru sporirea consumului prin cumpărarea de bunuri de folosință îndelungată (televizor color, frigider, mașină de spălat etc.). Creșterea numărului de turiști la pensiunea noastră constituie și un element civilizator pentru populația din zonă, constituind de regulă, model de referință în multe domenii ale vieții publice și private (îmbunătățirea comportamentului în spații publice, a modului de a se îmbrăca etc.).

5. Piața potențială și promovarea serviciilor (realizate în urma implementării proiectului)

Principalii clienți potențiali

Numele	Serviciul sau pachetul turistic	% din vânzări - estimare	Valoarea anuală, (lei) - estimare -
Persoane juridice	Sala conferințe	16,67	500.000.000
Persoane juridice	Bilete tratament	16,67	500.000.000
Cluburi sportive	Cantonamente	20,00	600.000.000
Persoane fizice	Nunti, petreceri	33,33	1.000.000.000
Persoane fizice	Mini concedii (Sala fitness, aerobic, masaj, spa, saună)	13,33	400.000.000
Total		100%	3.000.000.000

6. Planul de finanțare al afacerii și proiecțiile financiare pentru următorii cinci ani după implementarea proiectului

Indicatori:

1. Gradul de recuperare capitalului propriu = profit net/ (capital propriu + finanțarea solicitată)%

- anul 2005: $Gr = 196.977.000 / (1.175.000.000 + 1.175.000.000) \times 100 = 6,39$
- anul 2006: $Gr = 524.116.000 / (1.175.000.000 + 1.175.000.000) \times 100 = 22,31$
- anul 2007: $Gr = 1.493.737.000 / (1.175.000.000 + 1.175.000.000) \times 100 = 63,57$
- anul 2008: $Gr = 2.383.667.000 / (1.175.000.000 + 1.175.000.000) \times 100 = 101,44$
- anul 2009: $Gr = 2.750.097.000 / (1.175.000.000 + 1.175.000.000) \times 100 = 117,03$

Se poate observa că, de la an la an, gradul de recuperare crește, acesta fiind interpretat ca pozitiv pentru investiția noastră.

2. Gradul de recuperare a finanțării nerambursabile = profit net / finanțare solicitată (%)

În cazul nostru, acest indicator va avea următoarele valori:

- anul 2005: $Gr = 196.977.000 / 1.175.000.000 \times 100 = 16,77$
- anul 2006: $Gr = 524.116.000 / 1.175.000.000 \times 100 = 44,61$
- anul 2007: $Gr = 1.493.737.000 / 1.175.000.000 \times 100 = 127,13$
- anul 2008: $Gr = 2.383.667.000 / 1.175.000.000 \times 100 = 202,87$
- anul 2009: $Gr = 2.750.097.000 / 1.175.000.000 \times 100 = 234,05$

7. Ipoteze și riscuri majore

▪ Având în vedere faptul că din ce în ce mai mult se pune accent pe agroturism, suntem convinși că am pus bazele unei afaceri de viitor în care se îmbină spiritul rural (a se avea în vedere bucătăria tradițională) cu modernismul (dotările care cresc gradul de confort).

▪ Riscurile care pot afecta implementarea acestui proiect constau, în principal, în nerespectarea termenelor pentru alocările de fonduri, eventualele probleme în selectarea furnizorilor de echipamente și chiar respingerea acestei propuneri în cadrul licitației deschise de proiecte.

Considerăm că aceste riscuri pot fi evitate sau depășite printr-o respectare cât mai fidelă a programării activităților propuse în cadrul acestui proiect și prin orientarea către potențiali furnizori care dovedesc, sau au dovedit, seriozitate în raporturile comerciale

8. Alte aspecte relevante

a) *Sustenabilitate financiară*

Proiectul, odată implementat, este generator de venituri. El se autosusține, generând atât venituri cât și profit, aspect care ne dă posibilitatea să reinvestim și să îmbunătățim calitatea serviciilor prestate. Proiectul nu este dependent de subvenții, scutiri de impozite și taxe, deoarece desfășoară o activitate foarte profitabilă. Planul de afaceri demonstrează capacitatea proiectului de a deveni autosustenabil la încheierea finanțării din surse PHARE.



Având în vedere natura proiectului, proiect generator de venituri și orientat spre profit, activitatea sa viitoare va fi susținută și extinsă din veniturile realizate de firmă din activitățile de turism și din activitățile complementare turismului, prestate pentru clienții săi.

Totodată trebuie menționat faptul că este singura societate de turism din zonă care prezintă o ofertă bazată pe valorificarea potențialului turistic local, care să includă seara cu specific românesc (buzoian) și vizitarea unor obiective turistice din județ.

În viitorul apropiat firma își propune completarea sistemului integrat de servicii oferit clienților cu transportul beneficiarilor prin utilizarea unui mijloc de transport dotat adecvat. În acest mod va fi extinsă gama serviciilor oferite de firmă, iar prețul acestora va scădea prin eliminarea costurilor de închiriere a unor mijloace de transport necesare în efectuarea traseelor turistice din județ.

b) *Sustenabilitate instituțională*

Societatea are o vechime de peste 12 ani, are un management bun, bazat pe prudențialitate și previzionare, cu respect pentru legile țării, iar activitatea desfășurată în cadrul societății constituie unica sursă de venituri a familiei.

În concluzie, nu se pune problema funcționării cu caracter provizoriu sau a încetării existenței după încheierea proiectului.

c) *Sustenabilitate pieței*

Piața serviciilor turistice practicate de noi este în continuă creștere. Putem vorbi de o dependență față de puterea de cumpărare a populației, dar pe măsură ce se consolidează economia românească și cetățenii vor avea venituri mai mari, din salarii bazate pe locuri de muncă stabile și din pensii decente situația, se va îmbunătăți.

Oricum, la sfârșitul proiectului, pensiunea va avea o gamă de servicii mult diversificată, ceea ce îi va permite să abordeze mai curajos ofertele pe care le va face, consolidându-și astfel și mai mult poziția pe piața de servicii în turism.